

¿Cuáles son los productos específicos que vende el negocio relacionados con Yu-Gi-Oh!?
(cartas, decks, accesorios, etc.)

Los productos específicos que se venden pueden incluir cartas individuales, decks prearmados, sobres sellados, accesorios como protectores de cartas y tapetes de juego.

¿Cómo se realiza actualmente el proceso de venta de estos productos? ¿Hay un sistema informático involucrado o se realiza manualmente?

El proceso de venta incluye la recepción de productos, la exhibición en tienda en línea, la venta directa a los clientes y el registro de las transacciones. Se realiza de forma digital dependiendo de la infraestructura del negocio.

¿Qué información se necesita capturar de cada producto para gestionar su venta? (nombre, precio, cantidad en stock, etc.)

Se necesita capturar información como el nombre del producto, su precio, la cantidad en stock, la rareza (si corresponde), y posiblemente información específica de la carta en el caso de cartas individuales (nombre, tipo, atributo, efecto, etc.).

¿Cuál es el proceso actual para gestionar el inventario de productos? ¿Cómo se realiza el seguimiento de las existencias?

El inventario se gestiona controlando las entradas y salidas de productos, ajustando el stock según las ventas y realizando inventarios periódicos para verificar las existencias.

¿Se realizan ventas en línea o solo en la tienda física? En caso de ventas en línea, ¿qué plataforma se utiliza actualmente?

Solo se realiza en tienda en línea, a través de una plataforma de comercio electrónico dedicada o a través de redes sociales y mensajería instantánea.

¿Cómo se gestionan los pagos de las ventas? ¿Se utilizan métodos de pago electrónicos o solo efectivo?

Los pagos pueden realizarse en efectivo, con tarjeta de débito/crédito, mediante transferencia bancaria o a través de plataformas de pago en línea como MercadoPago.

¿Qué tipo de información se recopila de los clientes en el proceso de venta? (nombre, dirección, correo electrónico, etc.)

Se recopila información básica de los clientes como nombre, dirección, número de teléfono y correo electrónico para gestionar la venta y, posiblemente, para futuras comunicaciones de marketing.

¿Cómo se gestionan las devoluciones y cambios de productos?

No se ofrece reembolso.

¿Qué tipo de informes o análisis se realizan actualmente sobre las ventas y el inventario?

¿Cómo se generan estos informes?

Los informes y análisis pueden incluir ventas diarias, semanales y mensuales, análisis de rentabilidad de productos, seguimiento de tendencias de venta y análisis de inventario para optimizar la gestión de stock.

Rubro

Después de una segunda vuelta de preguntas, estos son datos que guardamos

- Sama compra parte de sus productos nuevos a konami y sus productos no tan nuevos y productos específicos a revendedores o terceros
- Otros negocios similares siguen un estándar:
 - a. Dividen sus productos y los clasifica de forma que sea más amigable para el usuario encontrar los productos que quiere.
 - b. Se suelen concentrar en un tipo de especialidad, solo venden productos de una compañía no de varias al mismo tiempo.
- Hay stock que no se puede volver a comprar, ciertos productos son limitados, entonces se baja de la plataforma.
- Solo se solicita una tienda online, Sama no tiene tienda física.
- Los productos después de su compra son enviados por correo o sugerir un punto de encuentro.
-

Oportunidad

- Cambiar la opción de correo para ofrecer una mejor eficiencia y facilidad a la hora del retiro de la compra ya que encontramos muy incómodo e ineficiente el que tenga que ir en presencial. Entonces después de la compra de forma online se le ofrece al comprador varias formas de envío.
- Queremos añadir una opción para que Sama pueda subir sus productos nuevos de manera fácil con una interfaz amigable y fácil de entender.
- Hacer llamativa y accesible la página para los clientes de forma que traiga más ventas.
- Hacer que la bajada y subida de productos sea mucho mejor para que los clientes no vean ni puedan comprar productos que ya no están a la venta.
- que sea más ordenado las categorías de los productos
- Comunicación con los anteriores clientes vía mensaje para ofrecer nuevos productos
- Que siga estándares de la competencia para que sea fácil de reconocer que es lo que vende
- Mejorar publicidad
- Ofrecer un apartado para comentarios, para que los clientes puedan dar sugerencias y/o opiniones ya sea para la tienda en sí, o la página web/sistema
- Agregar apartados para tener cuentas, que al ser activo en la página con compras generar beneficios, como descuentos de X% en una futura compra, o promociones por comprar al mayor
-